

# 淮南市旅游业发展对策

徐 茹<sup>1,2</sup>

(1. 厦门大学管理学院 旅游与酒店管理系, 福建 厦门 361005; 2. 淮南职业技术学院, 安徽 淮南 232001)

[摘要] 淮南旅游业发展存在旅游形象不明显、产业规模小等问题; 自 20 世纪 90 年代以来, 区域旅游一体化已成为世界旅游业发展的必然趋势, 对旅游业的促进作用日渐明显; “旅游一体化”缘起于“同城化”概念, 通过对淮南旅游业现状分析, 在合淮同城化的大趋势下, 提出了淮南旅游业发展对策。

[关键词] 发展对策; 淮南市; 旅游一体化

[中图分类号] F590.3 [文献标识码] A [文章编号] 1671-4733(2009)02-0041-03

DOI 10.3969/j.issn.1671-4733.2009.02.011

淮南市位于安徽省北部, 是一个“以矿建镇”的煤炭能源城市, 人口约 240 万。淮南市旅游资源丰富, 尤其是人文旅游资源独具魅力, 发展旅游业等第三产业有利于优化淮南市经济结构, 扩大就业, 塑造城市形象。但是目前淮南旅游业发展还存在诸多问题。

## 一 淮南市旅游资源分析

淮南市旅游资源丰富。按照国家旅游资源分类体系标准, 淮南旅游资源基本类型达 34 种, 单体旅游资源 94 处, 其中人文类 64 处, 自然类 30 处。自然景观以山、水、林为特色, 有皖北第一山的“八公山”以及上窑、南塘、茅仙洞、卧龙山等四处省级森林公园, 淮河横穿市区, 大小湖泊星罗棋布, 名泉众多; 人文景观荟萃, 名胜古迹众多, 淮南市历史悠久, 因位于淮河南岸且为古淮南国属地而得名, 殷周时为淮夷所居, 战国时为楚地, 西汉淮南王刘安于此招贤纳士, 著《淮南子》千古流传, 淮夷文化、蔡楚文化以及淮南国文化有厚重的沉积, 古战场(淝水之战, 距今 1600 多年)、古窑址(唐代七大瓷都之一寿州窑, 距今 400 年)、古茅仙洞(始建于西汉, 距今 2100 年)、古化石群(须腕动物和环节动物化石群, 距今约 10 亿年)、古墓葬(黄歇墓、刘安墓等), 号称“五古”; 淮南是豆腐的发源地, “中国豆腐文化节”已成功举办十五届, 享誉海内外, 号称“一稀”; 另外

曹庵“桃花·草莓节”, 促进了淮南新农村建设, 推动了“农家乐”旅游示范点的发展。焦岗湖旅游景区完善了“渔家乐”、“水上乐园”景点及旅游服务设施, 达到了国家 AAA 级旅游景区的标准。“桃花·草莓节”、“八公山旅游节”和“花鼓灯旅游节”的开展进一步提高了淮南市的美誉度和知名度。大通“万人坑”侵华日军暴行展示区有万人坑、秘密水库、碉堡水牢、站后碉堡、窑神庙等遗址, 是爱国主义教育的重要基地, 可推出爱国主义专项旅游。淮南地区煤矿资源丰富, 现为全国五大矿区之一, 可推出煤炭工业专项旅游。

## 二 淮南旅游业发展存在问题

旅游形象不鲜明。淮南市我国重要的煤炭资源型城市, 有“百里煤城”、“能源之都”之称。但是资源型城市发展旅游业由于原有的城市功能属性所致的形象与旅游者的心理感应不相适应, 给旅游业的发展带来一定的负面影响。

旅游产业规模相对较小。根据 2008 年上半年数据显示, 淮南市旅游收入占全省的 2.25%, 游客接待量也仅占 3%。产业的规模相对较小。

旅游业固定资产投资偏小。2006 年旅游景区管理业完成投资 278 万元, 2007 年完成投资 167 万元, 旅游业固定资产投资的不足, 将会制约旅游业的发展。

[收稿日期] 2009-03-16

[作者简介] 徐茹(1979-), 女, 安徽砀山人, 在职硕士研究生, 讲师, 研究方向: 旅游市场营销, 电话: 13955433720。

旅游资源开发利用不够。一些旅游资源的开发基本上处于初级开发和单项开发阶段,旅游基础设施及配套开发还不够,同时由于主要景区面积较小,且分散,缺乏深度开发和综合开发,使游客在淮南逗留时间较短。

缺乏“拳头产品”和“名牌产品”。淮南市的旅游资源丰富,其中许多类型有较高的开发价值,并具有大分布、小集中的良好布局,但因开发力度不够,没有形成超强吸引力的旅游王牌产品和拳头产品。

旅游知名度不高。淮南市为地级市,人口多,经济基础薄弱,加之对外交流和宣传力度不够,游客选择旅游目的地尚难纳入计划。

### 三 淮南旅游业发展对策分析

#### 1 重塑淮南市旅游形象

旅游形象是旅游区域内各种旅游资源、设施、服务、管理、环境以及区域内的社会、经济、文化等给予旅游者的综合感知和印象。淮南旅游资源的总体特色应立足于八公山和文化积淀,打“八公山”牌,做“五古”文章。旅游资源的时空特色是淮南市旅游形象凸现的主题,其旅游资源形象可描述为:淮南王故都、八公之乡、花鼓灯之乡、豆腐发祥地、以少胜多古战场、淮河之畔的明珠等。淮南要改变“煤城”形象,必须以“彩带串珠”的城市空间发展格局为背景,以周边旅游资源的“花团锦簇”式赋存特点为基调,突出绿色、自然、生态、花园式整体氛围,感召和吸引游客。

#### 2 基于政府主导的统筹发展战略

在经济欠发达地区,社会经济发展滞后,计划体制的行政区经济特征比较明显。政府与企业间往往存在着多重博弈关系。要实现区域旅游一体化的互惠互生,就要理顺这些关系,构筑区域多重利益主体的“共同远景”。所以,必须建议一个权威性的旅游规划、建设、管理与协调机构,维护不同利益主体共享的经济政策环境,为本区旅游业联合发展提供组织保障。由于经济欠发达地区地方政府的“准市场主体”特性、现代公司制企业发展的不成熟性以及旅游开发技术的落后性,决定了这个旅游合作机构不可能是纯企业的集团组织,而应是政府主导的,由企业、学界共同组合而成的行业机构,其职能是负责制定旅游业发展规划,明确带内旅游产业发展目标、区域分工、优先项目、实施方略等;解决旅游合作中出现的问题;开展旅游信息交流等。

#### 3 探索建立多元化的投融资方式

探索建立政府、企业、社会参与的多元投融资体系,鼓励民间资本、社会法人资本投资旅游产业;建

立健全风险投资机制,积极探索联合国内外风险资金直接投资旅游产业合作项目;与合肥市共同商讨市场前景广阔、产业关联大、区域带动性强的国家级重大合作项目,联合向国家申请资金扶持和优惠政策;发展集约化建设,形成项目建设、资源共享、业务租赁等多种形式结合的投资方式。

#### 4 基于品牌形象推介的联合促销战略

旅游产品的不可移动性,决定了旅游产品要依赖形象的传播,才能诱发旅游动机。区域旅游合作要求塑造整体旅游形象,树立品牌营销的观念,将区域整体形象作为旅游吸引因素来推动市场。特别是针对经济欠发达地区旅游企业弱质的现状,旅游联合促销应按公共产品的生产方式来进行,政府通过设置旅游税来加大联合促销的投入,企业通过建立有选择性激励机制,实现机构创新来参与联合促销。对于淮南市来说,应积极改变传统的旅游发展模式,从产品驱动上升为形象驱动,通过塑造独特、鲜明、有招揽性的旅游形象吸引人们前来旅游。在旅游产品的组合推介上,要充分挖掘其文化内涵,围绕主题形象推出系列主打品牌:八公仙踪游;淮河风情游;豆腐寻踪游,淮南矿井之旅;周末度假休闲游等。在宣传手段上,要充分利用两市的新闻媒体平台,介绍旅游资源、旅游环境和旅游发展情况,利用中国豆腐文化节、国际少儿艺术节、桃花草莓节节、中国合肥徽菜美食节、合肥包公文化旅游节等节会契机,加强联合促销攻势。

#### 5 推进“合淮旅游一体化”建设

现代旅游业的竞争已从过去单一的景点景区竞争,发展到线路竞争、城市竞争,直至目前的区域竞争。在经济全球化和区域一体化浪潮下,以城市作为区域旅游发展核心,带动区域旅游发展,已成为国际流行趋势。尽管各地的旅游资源自身具有一定的独特性,但在资源的开发经营上,完全可以打破地区间相对封闭的局面,实现优势互补、资源共享、共同推广,进而形成区域内的“无障碍旅游”。

“旅游一体化”是指一个城市与一个或多个城市因地脉相近,文脉相亲,经脉相连,通过打破行政区划界限,构建一体化发展平台,实现人流、物流、信息流等共享的一种新型的区域旅游合作发展模式,它不是简单的规模扩张,而是合作区域形成辐射力、扩散力与竞争力越来越强的旅游板块经济。随着“合淮同城化总体规划”编制的基本完成,“合淮同城化”已经进入实际操作层面。2008年2月20日,淮南、合肥签署《合淮旅游一体化合作框架协议》,在旅游资源规划、宣传促销、线路打造、建立信息平

台等 11 个方面作出合作性约定,“合淮区域旅游一体化”也进入实施阶段。”“合淮一体化”的实现给两市都带来了新的发展机遇,尤其是给两地的旅游业发展提供了良好的合作与发展的机会。淮南市应抓住这一机遇,推进淮南旅游业的发展。

根据合淮一体化需要,加强合淮两市旅游业的深度协作,共同编制精品旅游线路,将两市历史、文化、生态休闲等优质资源串联成线,尽可能将双方更多的景点纳入二、三日游范畴,形成内容丰富,形态多样的区际和省际旅游观光线路。从旅游经营的规律和特点出发,跨越行政区划的限制,充分发挥地区旅游的优势、特色,精心组织旅游线路和产品组合,共享客源市场。双方旅行社组织各种散客和团队赴

对方城市旅游,政府应出台优惠政策,解决旅游业由行政区划分割所导致的区域障碍、市场障碍、制度障碍。

参考文献:

[ 1 ] 马晓东,沈正平. 基于区域合作的徐连旅游带建设 [ J]. 人文地理, 2005 ( 2): 57- 59  
[ 2 ] 杨效忠,章锦河. 淮南市旅游市场定位于营销策略分析 [ J]. 资源开发与市场, 2000 ( 6): 370- 372  
[ 3 ] 章锦河,陆林. 资源性城市旅游形象设计研究——以淮南市为例 [ J]. 人文地理, 2001 ( 1): 16- 18  
[ 4 ] 易丰,程道品. 基于协同理论的泛丽江旅游区发展战略探析 [ J]. 乐山师范学院学报, 2008 ( 12): 88- 90

Developing Strategies of Tourist Industry in Huainan  
XU Ru<sup>1 2</sup>

( 1 Department of Tourism & Hotel Management, College of Management, Xiamen University, Xiamen Fujian 361005    2 Huainan Vocational & Technical College, Huainan Anhui 232001 )

**Abstract** There have been many problems existing in Huainan tourist industry, such as unobvious tourism phenomenon, small industry size. Since the 1990s, regional tourism integration has become a world's inevitable trend of the tourist industry development. Its role in promoting tourist industry is increasingly clear. The concept comes from the integration of urban agglomeration. Through the analysis of tourism in Huainan, this paper presents the developing countermeasures.

**Key words** development strategies; Huainan City; regional tourism integration

文献类型和标志代码

文献类型	标志代码
普通图书	M
会议录	C
汇编	G
报纸	N
期刊	J
学位论文	D
报告	R
标准	S
专利	P
数据库	DB
计算机程序	CP
电子公告	EB